

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan**

Dalam persaingan global yang semakin ketat ini, perusahaan harus memiliki kinerja yang baik, yaitu kinerja yang mencerminkan peningkatan dari satu periode ke periode berikutnya oleh sebab itu penilaian kinerja merupakan hal penting bagi perusahaan.

Konsep *Balance Scorecard* merupakan alat ukur kinerja yang pada dasarnya menerjemahkan strategi dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan penjabaran misi dan visi, sehingga pada pengukuran kinerja dengan *Balance Scorecard* ini, akan dicari apa yang menjadi strategi dan tujuan perusahaan, yang kemudian akan diukur dan dimonitor secara berkelanjutan. Penggunaan *Balance Scorecard* sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan, berguna untuk mengetahui sampai dimana tingkat kinerja perusahaan sehingga diharapkan perusahaan dapat mengetahui dimana letak kekuatan dan kelemahan perusahaannya, bila dibandingkan dengan perusahaan pesaing sehingga perusahaan dapat mengatur strategi di masa yang akan datang.

Pemasaran merupakan salah satu bagian penting dalam perusahaan. Bila pemasaran perusahaan baik, diharapkan pendapatan penjualan juga ikut baik karena kegiatan pemasaran bertujuan untuk menciptakan proses tukar-menukar, sehingga perusahaan dapat mendatangkan laba yang besar. Pemasaran yang baik dapat dicapai

dengan pencapaian kinerja pemasaran yang baik. Karena *Balance Scorecard* dapat digunakan sebagai alat ukur kinerja perusahaan dan pemasaran berada dalam perusahaan maka *Balance Scorecard* dapat digunakan sebagai alat ukur kinerja pemasaran. *Balance Scorecard* mampu untuk melakukan karena *Balance Scorecard* tidak hanya mengukur kinerja finansial saja tetapi juga non finansial. Dengan keempat perspektifnya yaitu: keuangan, pelanggan, pertumbuhan dan pembelajaran, serta bisnis internal *Balance Scorecard* merupakan alat ukur kinerja yang menyeluruh. Penerapan *Balance Scorecard* pada kegiatan pemasaran, akan didapat informasi sejauh mana kinerja operasi kegiatan pemasaran, antara lain: kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, terhadap pelayanan perusahaan, atau hal lain yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang dapat mempengaruhi perusahaan baik dimasa sekarang maupun masa depan.

Menyadari pentingnya *Balance Scorecard* sebagai alat untuk mengukur kinerja pemasaran, maka dipilih judul “*Balance Scorecard* sebagai Pengukuran Kinerja Pemasaran” untuk membahas hal ini.

## **1.2. Pokok Bahasan**

Penggunaan konsep *Balance Scorecard* sebagai sarana untuk mengukur kinerja perusahaan secara umum dan penggunaan konsep *Balance Scorecard* sebagai sarana yang secara khusus digunakan untuk mengukur kinerja pemasaran perusahaan merupakan inti dari pokok bahasan makalah ini.

### 1.3. Tujuan Pembahasan

Penulisan ini mempunyai tujuan :

1. Mempelajari konsep *Balance Scorecard* sebagai sarana untuk mengukur kinerja perusahaan secara umum.
2. Mempelajari penggunaan konsep *Balance Scorecard* sebagai sarana yang secara khusus mengukur kinerja pemasaran perusahaan.

